

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami sebagai peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan. Peneliti menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masi jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan dalam penulisan ini. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini dengan penuh hormat, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan
3. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing serta meluangkan waktu untuk membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen dan *staff* Progran Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Seluruh responden yang terlibat dan mau meluangkan waktu untuk mendukung peneliti dalam melakukan penelitian di perusahaan.
6. Orang tua dan keluarga dari peneliti yang telah memberikan dukungan dalam bentuk doa, semangat, dan kasih saying kepada peneliti.
7. Teman-teman kuliah yang selalu ada untuk memberikan dukungan dan mengisi hari-hari perjalanan kuliah kami bertiga sebagai peneliti dari semester satu awal hingga sekarang.
8. Seluruh pihak yang tidak disebutkan di atas secara satu persatu namun telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Akhir kata, dengan segala hormat peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tertulis maupun tidak tertulis. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi peneliti sendiri dan para pembacanya. Tuhan memberkati.

Tangerang, November 2020

Fulyana Surjana



## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| COVER.....                                    | i   |
| PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....         | ii  |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR..... | iii |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....     | iv  |
| ABSTRAK.....                                  | v   |
| KATA PENGANTAR .....                          | vii |
| DAFTAR ISI .....                              | ix  |
| DAFTAR TABEL .....                            | xii |
| DAFTAR GAMBAR.....                            | xiv |
| BAB I: PENDAHULUAN .....                      | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....            | 1   |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                   | 6   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                   | 7   |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                 | 7   |
| BAB II: LANDASAN TEORI.....                   | 8   |
| 2.1. Landasan Teori .....                     | 8   |
| 2.1.1. <i>Brand Communication</i> .....       | 9   |
| 2.1.2. <i>Service Quality</i> .....           | 10  |
| 2.1.3. <i>Brand Trust</i> .....               | 11  |
| 2.1.4. <i>Brand Loyalty</i> .....             | 12  |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....                | 13  |
| 2.3. Kerangka Pikir Penelitian.....           | 16  |
| 2.4. Hipotesis Penelitian .....               | 17  |
| BAB III: METODE PENELITIAN .....              | 21  |
| 3.1. Populasi dan Sampel.....                 | 21  |
| 3.2. Jenis dan Sumber Data. ....              | 22  |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data. ....            | 22  |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.4. Variabel dan Definisi Operasional .....          | 22        |
| 3.4.1. Variabel Penelitian .....                      | 22        |
| 3.4.2. Definisi Operasional .....                     | 23        |
| 3.5. Teknik Analisis Data .....                       | 24        |
| 3.5.1. Validitas dan Reliabilitas.....                | 24        |
| 3.5.2. SEM AMOS .....                                 | 25        |
| <b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>              | <b>32</b> |
| 4.1. Hasil Pretest Validitas dan Reliabilitas .....   | 32        |
| 4.2. Hasil Actual Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 35        |
| 4.2.1. Karakteristik responden .....                  | 35        |
| 4.2.2. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....           | 36        |
| 4.3. Uji Asumsi Klasik .....                          | 42        |
| 4.4. Full Model SEM.....                              | 43        |
| 4.5. Uji Hipotesis.....                               | 45        |
| 4.6. Pembahasan .....                                 | 46        |
| <b>BAB V: PENUTUP .....</b>                           | <b>54</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                 | 54        |
| 5.2. Implikasi Manajerial.....                        | 55        |
| 5.3. Keterbatasan.....                                | 57        |
| 5.4. Saran .....                                      | 57        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                            | <b>58</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 3.1. Definsi Konseptual Dan Definisi Operasional .....      | 22 |
| Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Communication.....  | 32 |
| Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel service quality.....      | 33 |
| Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel brand loyalty.....        | 33 |
| Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust.....          | 34 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....                            | 34 |
| Tabel 4.6. Jenis Kelamin Responden.....                           | 35 |
| Tabel 4.7. Umur Responden.....                                    | 36 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Communication.....  | 37 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Service Quality.....      | 37 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel brand loyalty.....        | 38 |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust.....         | 38 |
| Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas.....                           | 39 |
| Tabel 4.12. Tanggapan Responden Variabel Brand Communication..... | 39 |
| Tabel 4.13. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan ..... | 40 |
| Tabel 4.14. Tanggapan Responden Variabel Brand Loyalty .....      | 41 |
| Tabel 4.15. Tanggapan Responden Variabel Brand Trust .....        | 41 |
| Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas .....                            | 42 |
| Tabel 4.14. Hasil Pengujian Multikolinearitas.....                | 44 |
| Tabel 4.15. Hasil Pengujian Autokorelasi.....                     | 44 |
| Tabel 4.16. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....              | 45 |
| Tabel 4.34. Estimasi Parameter Regression Weights .....           | 47 |
| Tabel 4.35. Rangkuman Hipotesis.....                              | 48 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Model Penelitian .....         | 19 |
| Gambar 4.1. Jenis Kelamin Responden..... | 35 |
| Gambar 4.2. Umur Responden.....          | 36 |

